

ゲーム業界で 取り組むべき 3つの決済課題

APAC（アジア太平洋）のゲーム企業の多くはグローバル展開を目指していますが、まず乗り越えるべき3つの決済課題があります

レベル1

収益を守る

ゲーム企業は、マネタイズ・決済・広告戦略に影響を与えるポリシーの変化やプライバシー規制の進化に直面しています。これにはアプリ内購入・サブスクリプション・プレミアムゲームのダウンロードに対する手数料も含まれます。

アプリ手数料

アプリ内購入

アプリ内サブスクリプション

プレミアムゲームのダウンロード

モバイルアプリマーケットプレイスを通じて配信する開発者には、プラットフォームのサービス手数料が発生する場合があります。場合によっては、主要アプリストアにおけるアプリ販売およびアプリ内購入収益の

10-30%

に相当することもあります。¹



同時に、AppleのATT（App Tracking Transparency）やIDFAの利用制限といったプライバシーの変化により、ターゲット広告やユーザー獲得の手法も変わりつつあります。これらは小さな非効率ではなく、規模が大きくなるほど積み重なる収益の漏れです。

PayPalが提供するこれらの課題に対するソリューションをご紹介します

PayPalのソリューション

パブリッシャー（ゲーム事業者）は、ユーザーの満足度を高めるため、決済専用のWebサイトを開設したり、アプリ内のWebベースの決済フローを導入したりしています。簡単なカスタマイズ性、組み込み型リスク管理機能、そして市場平均を7%上回る決済承認率を備えた PayPalの最適化されたチェックアウト体験は、決済時の離脱や意図しない契約解除を防止します。その結果、購買行動が活性化され、アプリ手数料による利益への打撃を緩和します。²

市場平均より

7%

高い承認率²

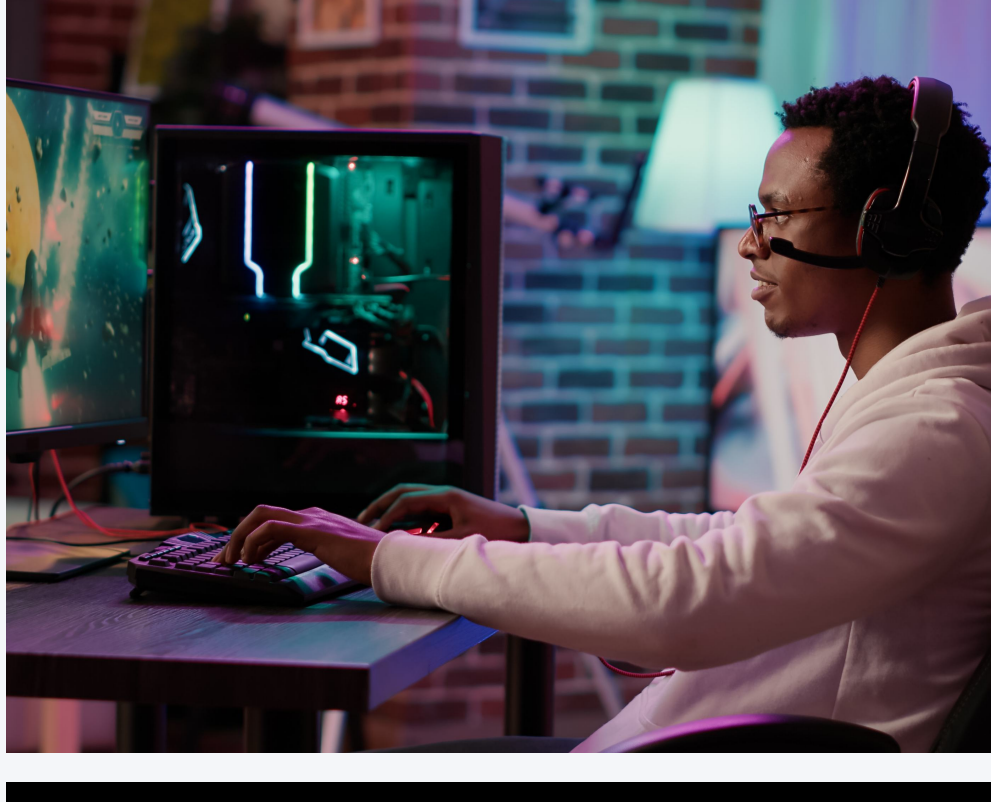
レベル2

収益を伸ばす

ユーザー生成コンテンツ（UGC）が急成長しており、ゲーム企業にとって収益拡大の大きなチャンスとなっています

40%

1年前よりUGCの消費量が
増えたと回答したゲーマー³



\$1.5b

FortniteとRobloxだけで、
クリエイターエコノミーへの支払い³

UGCの導入を成功させるには、そのビジネスモデルに伴う決済の複雑さを乗り越える必要があります。

- プラットフォームはグローバル規模で運営される
- クリエイターへの報酬支払いが必要
- UGCクリエイターやパートナーへの支払いロジスティクス

PayPalのソリューション

UGCビジネスは、多様な国や通貨、銀行システムにまたがって成立します。200以上の市場、マルチカレンシーウォレット、各地域の決済方法をカバーするPayPalは、国境を越えたマネタイズにおけるボトルネックを解消します。世界規模のリーチ、地域に合わせた柔軟な決済手段、そしてリアルタイムに近い資金利用性を融合させたPayPalの支払・送金ソリューションは、高い柔軟性を提供すると同時に、高度な不正検知機能により、異なるプラットフォームや形式における売り上げ回収手続きをスムーズにします。

200+

以上の市場・
マルチ通貨ウォレット
に対応

レベル3

グローバルに拡大する



ゲームのグローバル市場
収益年間成長率⁴

3.4%

\$188.8B

2025年の世界ゲーム市場予測収益

グローバル展開を目指す企業が
管理すべき課題

- クロスボーダー販売
- 不正・チャージバック
- 決済承認率と誤判定による支払い拒否
- 為替リスク

PayPalのソリューション

ゲーム企業のグローバル展開に伴い、PayPalは地域ごとのニーズに対応しながら、世界規模での高頻度かつ継続的な少額決済（マイクロトランザクション）をサポートします。PayPalは、主要なゲーム市場における越境取引と各地域の決済ニーズに対応しています。20種類以上の現地固有の決済手段と、50以上の国・地域でのローカライズドワイアリングを提供し、グローバル展開をサポートします。

20+

現地固有の決済手段

ゲーム業界で勝つための近道

ゲームビジネスの決済は、PayPalが強力にサポートします。データ駆動型の高度な不正検知機能でリスクの先手を打ち、最も重要なユーザーの信頼を獲得・維持します。さらに、離脱を抑えるよう最適化された決済体験と効率化された決済運用により、グローバルな成長をシンプルに実現できます。

